

Autor ukazuje zjawisko wykorzystania nowych mediów oraz propagandy w celach wspomagania zarówno współczesnych konfliktów międzynarodowych, jak i sporów wewnętrznych. W książce podkreślone zostało znaczenie nowych mediów w agregowaniu społecznego poparcia dla zmian systemowych. Autor poświęca również dużo miejsca dyplomacji cyfrowej jako nowoczesnej metodzie prowadzenia działań dyplomatycznych, a także państwowym telewizjom informacyjnym pełniącym funkcję narzędzia promocji oraz propagandy zewnętrznej.

Książka to wartościowa lektura dla politologów, socjologów, a także psychologów społecznych i polityków. Interesujące wątki znajdują tu również specjaliści z zakresu komunikacji społecznej oraz dziennikarze.

Robert Rajczyk

dziennikarz, politolog, adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. W swoich badaniach koncentruje się na problematyce komunikacji publicznej i roli mediów w nowoczesnym świecie. Inny obszar zainteresowań to systemy polityczne państw położonych w Europie Środkowo-Wschodniej oraz na Bałkanach.

Prof. zw. dr hab. Iwona Hofman:

Praca jest poświęcona oryginalnej tematyce, wymagającej eksploracji naukowej. Nowoczesne wojny informacyjne jako przedmiot badań lokują się na przecięciu kilku dyscyplin w obszarze nauk społecznych, w tym zwłaszcza nauk o polityce i nauk o mediach. Książka zasługuje na wysoką ocenę ze względu na sposób ujęcia tematu, zaproponowaną kategoryzację problemów oraz przemyślany wybór studiów przypadków obrazujących istotę współczesnych wojen informacyjnych.

Spis treści:

Wstęp

Rozdział I. Współczesne teorie propagandy

- 1.1. Wprowadzenie do problematyki badawczej
- 1.2. Problemy de? nicyjne
- 1.3. Wpływ społeczny i jego kształtowanie
- 1.3.1. Opinia publiczna

Rozdział II. Instytucjonalizowanie propagandy

- 2.1. Instytucje propagandowe
 - 2.1.1. Religia jako narzędzie propagandy
 - 2.1.2. Propaganda wizualna
 - 2.1.3. Instrumentalizacja instytucji ustrojowych
- 2.2. Proces instytucjonalizowania się oddziaływania propagandowego
 - 2.2.1. Kultura i język jako narzędzia oddziaływania propagandowego
 - 2.2.2. Cenzura jako instrument propagandowy
- 2.3. Znaczenie systemu propagandowego

Rozdział III. Zorganizowana perswazja

- 3.1. System prawny
 - 3.1.1. Ograniczenia administracyjne
 - 3.1.2. Kontrola „społeczeństwa informacyjnego”
 - 3.1.3. Edukacja
- 3.2. Polityka informacyjna
 - 3.2.1. Agencje informacyjne
 - 3.2.2. Komórki do spraw komunikacji społecznej
- 3.3. Sterowana aktywność społeczna
 - 3.3.1. Partycypacja społeczna
 - 3.3.2. Imprezy masowe
 - 3.3.3. Agitacja

Rozdział IV. Media propagandowe

- 4.1. Typologia mediów propagandowych
 - 4.1.1. Ideowe media propagandowe
 - 4.1.2. Narracyjne media propagandowe
- 4.2. Język mediów propagandowych
- 4.3. Przypadki szczególne: „Bye bye Belgium” oraz „Český sen”

Rozdział V. Informacja jako broń propagandowa

- 5.1. Jednostka oddziaływania propagandowego
- 5.2. Moderowanie informacji
- 5.3. Intoksykacja propagandowa
- 5.4. Studium przypadku. Analiza wybranych form propagandy tzw. Państwa Islamskiego (ISIS) oraz Al-Kaidy Półwyspu Arabskiego (AQAP)
- 5.5. Rosyjsko-ukraińska wojna informacyjna. Studium przypadku
 - 5.5.1. Język rosyjsko-ukraińskiej wojny informacyjnej
 - 5.5.2. Medialny obraz rosyjsko-ukraińskiej wojny informacyjnej

Rozdział VI. Dyplomacja cyfrowa

- 6.1. Podmioty dyplomacji cyfrowej
- 6.2. Przypadek Republiki Górskiego Karabachu
- 6.3. Przypadek Naddniestrzańskiej Republiki Mołdawskiej (Naddniestrza)
- 6.4. Noworosja w przestrzeni nowych mediów

Zakończenie

Aneksy

Bibliografia

Wykaz tabel i wykresów

Wykaz aneksów